

## SONSTIGES

James Watson/Anne Hill: *Dictionary of Communication and Media Studies*. Third Edition. – London, New York, Melbourne, Auckland: Edward Arnold 1993, X, 205 Seiten mit Schaub., £ 10,99.

In Anbetracht der ständigen Vergrößerung des Wissensstandes in allen Disziplinen ist es nötig, von Zeit zu Zeit das gesicherte Wissen in geradliniger Form zusammenzufassen und zu präsentieren, lies: zu lexikographieren. Dies trifft nicht zuletzt auch für die Kommunikationswissenschaft zu, hierzulande wie anderswo. Einen solchen Versuch legen – bereits in der dritten Auflage – James Watson und Anne Hill vor, beide Senior Lecturers in Communication and Media Studies am britischen West Kent College. Nach Stichworten von A wie 'AA-certificate' bis Z wie 'Zoopraxy' geordnet, stellt ihr handliches Lexikon Theorien, klassische und gegenwärtige Forschungsansätze sowie Fachausdrücke der Kommunikationswissenschaft dar.

Die Auswahl ist dabei keineswegs auf den angelsächsischen Sprachraum konzentriert: Neben 'Agenda setting', dem 'Riley and Riley model of mass communication' oder 'Information gaps' finden sich auch Einträge wie etwa 'Maletzke's model of the mass communication process' oder 'Noelle-Neumann's spiral of silence model of public opinion', wodurch diese Forschungsergebnisse deutscher Provenienz auch einem breiteren internationalen Publikum erschlossen werden. Watson und Hill verstehen es, die jeweiligen Kernaussagen der Modelle treffend wiederzugeben und deren Hintergrund zu umreißen. Trotz der um Knappheit und Ökonomie bemühten Sprache versäumen es die Autoren keineswegs, die dargestellten Forschungsansätze in den Ge-

samtzusammenhang der wissenschaftlichen Entwicklung zu stellen. Daneben bietet das Lexikon aber auch eine Fülle von Einträgen, in denen Fachausdrücke von 'Couch potato' über 'Media control' oder 'Pirate radio' bis hin zu 'Salience' erklärt werden. Insofern richtet sich der Band genauso an den Fachwissenschaftler wie an den sich in die Materie einarbeitenden Studenten. Zahlreiche Querverweise erleichtern das Auffinden von gesuchtem Wissen.

Das Gebiet der »Media Studies« fassen Watson und Hill recht weit: Nicht nur die empirische Kommunikationswissenschaft, sondern auch Erkenntnisse »benachbarter« Disziplinen wie Journalistik, Filmwissenschaft, Soziologie, Linguistik oder Kulturwissenschaft sowie der Medienpraxis finden in diesem Nachschlagewerk ihren Niederschlag – in Stichworten wie 'Press barons', 'Kuleshov effect', 'Semiology', 'Ethnocentrism' oder 'Needle time'. Die erforderliche Knappheit der Darstellung führt bei einigen Einträgen jedoch auch zu kritisierbaren inhaltlichen Verkürzungen, etwa bei den 'Social systems'. Der für Kommunikationswissenschaft wie -praxis gleichermaßen so wichtige Bereich der Public Relations wird in einem Kurzeintrag abgehandelt, der auf dem Wissensstand vergangener Jahrzehnte beruht. Die Darstellungen zum Mediensystem sind dagegen vielfältig und facettenreich, wobei sich die Autoren jedoch verständlicherweise beinahe ausschließlich auf die Gegebenheiten Großbritanniens konzentrieren. Dennoch ist Watson und Hills Diktionär insgesamt ein äußerst praktikables Nachschlagewerk zur schnellen Information oder Wissensauffrischung. Ein umfangreiches Abkürzungsverzeichnis rundet das Buch ab.

OLIVER ZÖLLNER, Bochum